

Communicatieplan

Visie Sociaal Domein



Waarom we dit doen: onze gezamenlijke uitdaging

Midden-Drenthe is een gemeente van krachtige dorpen en écht naoberschap. We kijken naar elkaar om en helpen elkaar waar nodig. Dat is onze kracht en juist daarop bouwen we verder. Tegelijk verandert er veel. De vraag naar ondersteuning groeit, terwijl minder mensen beschikbaar zijn om te helpen. Dat vraagt om een andere manier van denken en doen. Niet door het anders te organiseren vóór inwoners en partners, maar door het samen anders te doen.

Met onze nieuwe Visie Sociaal Domein werken we aan een toekomst waarin zorg en ondersteuning beschikbaar blijft voor wie dat nodig heeft. Dat doen we door eerder in beeld te zijn, elkaar op tijd te helpen en samen te voorkomen dat problemen ontstaan of groter worden. Zo versterken we de sociale basis in dorpen, netwerken en tussen mensen. Dat doen we door te bouwen aan een sterke sociale basis: in dorpen, in netwerken en tussen mensen.

Er is geen kant-en-klaar plan vanuit het gemeentehuis. Een sterke en veerkrachtige samenleving maken we samen. We geven meer ruimte aan initiatieven uit dorpen en buurten en sluiten aan bij wat inwoners zelf organiseren. De gemeente ondersteunt waar dat nodig is en zorgt voor een stevig vangnet als het niet alleen lukt.

Hoe we dat doen? Door het samen te bepalen en stap voor stap vorm te geven.

De kernopgave

- **De organisatievraag:** Hoe groeien we nog meer toe naar een gemeente die naast de inwoner staat? Een gemeente die dorpsinitiatieven aanmoedigt, ondersteunt waar nodig, en duidelijk is over wanneer we wél en niet aan zet zijn.
- **De communicatievraag:** Hoe zorgen we ervoor dat inwoners en partners begrijpen waarom verandering nodig is, zien wat dit voor hén betekent en vooral, zich betrokken voelen om mee te doen? De visie Sociaal Domein is geen kille bezuiniging en geen kwestie van problemen 'over de schutting gooien'. Samendoen betekent in Midden-Drenthe dat we elkaar versterken en dat niemand er alleen voor staat.

Met wie we dit doen: onze partners en inwoners

SPOOR A: De samenleving (leefwereld)

Doel: Begrip kweken voor de noodzaak van verandering en de eigen rol daarin.

Geclusterde stakeholders	Maatschappelijk belang/ specifieke zorg	Invloed op slagen	Houding
Inwoners, Dorpenoverleg Midden-Drenthe en andere dorpsnetwerken (o.a. 4 grote dorpen: Beilen, Smilde, Westerbork, Bovensmilde)	Belang: Leefbaarheid en nabijheid. Zorg: Verdwijnen van professionele hulp bij complexe vragen.	Zij moeten het 'naoberschap' in de praktijk brengen.	Steun: Bij erkenning van hun expertise. Weerstand: Bij gevoel van 'moeten'.
Zorgbehoevende groepen en belangenbehartigers (Minima, Ouderen, Laaggeletterden, ASD)	Belang: Toegankelijkheid en bescherming. Zorg: De drempel voor hulp wordt te hoog door de focus op 'zelf doen'.	De visie bewijst pas haar waarde als deze ervoor zorgt dat zij de ondersteuning krijgen die nodig is om volwaardig mee te kunnen doen.	Steun: Bij duidelijkheid over het vangnet. Weerstand: Frustratie als het te ingewikkeld wordt, met als gevolg dat mensen niet (meer) meedoen.

Jeugd en verenigingen (Sport/Cultuur, Jeugdsoos, Raden)	Belang: Ruimte voor ontplooiing. Zorg: Regeldruk voor vrijwilligers die de 'sociale basis' vormen.	Cruciaal voor preventie op lange termijn.	Steun: Als zij gefaciliteerd worden in hun maatschappelijke rol. Weerstand: Bij verplichtingen, extra druk op vrijwilligers.
---	---	---	---

SPOOR B: Maatschappelijke partners (systeemwereld)

Doel: In positie brengen als mede-eigenaar van de transformatie.

Geclusterde stakeholders	Maatschappelijk belang / specifieke zorg	Invloed op slagen	Houding
Professionele Partners (Welzijnswerk, GGD, Humanitas, SportDrenthe, etc.)	Belang: Continuïteit en heldere kaders. Zorg: Onduidelijkheid over de grens tussen professioneel en vrijwillig.	Zij voeren de visie dagelijks uit.	Steun: Bij transformatiebudget/ruimte/actief gebruikmaken van hun kennis en expertise (belangrijk maken). Weerstand: Wanneer de focus alleen op bezuinigingen ligt, of

			wanneer rollen en taken onduidelijk blijven.
Wijkteams (Beilen, Smilde, Westerbork)	Belang: Werkbare werkdruk en mandaat. Zorg: Spagaat tussen de wet en de nieuwe visie-ambitie.	Zij zijn hét gezicht van de gemeente aan de voordeur.	Steun: Bij vertrouwen en rugdekking vanuit het gemeentehuis. Weerstand: Bij onduidelijke sturing.
Institutionele Partners (Onderwijs/LEA, WelWoZo)	Belang: Integrale aanpak van multiproblematiek. Zorg: Versnippering van initiatieven.	Partner in preventie en vroegsignalering.	Steun: Bij kortere lijnen naar zorg/welzijn. Weerstand: Als het niks ‘oplevert’ voor hen.

Kernboodschap op hoofdlijnen

Met elkaar in Midden-Drenthe

In Midden-Drenthe kijken we naar elkaar om. In onze dorpen kennen mensen elkaar, helpen burens elkaar en ontstaan initiatieven vaak gewoon aan de keukentafel of in het dorpshuis. Die kracht van onze samenleving is iets om trots op te zijn. Tegelijkertijd verandert onze samenleving snel. We

worden ouder, hebben vaker ondersteuning nodig en er komen steeds meer vraagstukken op ons af, terwijl het aantal mensen dat zorgt en helpt juist afneemt. Dat vraagt om een andere manier van kijken en werken.

Daarom maken we in het sociaal domein een duidelijke beweging. Een beweging van **zorgen vóór** naar **zorgen mét elkaar**. Van losse oplossingen naar samenhang. Van pas ingrijpen als het misgaat, naar eerder signaleren, versterken en voorkomen. Want niemand kan alles alleen, zeker de gemeente niet.

We geloven in een sterke en veerkrachtige samenleving, waarin mensen zoveel mogelijk zelf de regie houden over hun leven. Waar inwoners, gezinnen en gemeenschappen hun eigen kracht en netwerk benutten. En waar ondersteuning dichtbij en toegankelijk is wanneer dat nodig is. Niet zwaarder dan nodig, maar wel passend en betrouwbaar.

Die beweging is noodzakelijk. De zorg en ondersteuning zoals we die kennen, loopt tegen haar grenzen aan. Als we alles blijven organiseren zoals we dat altijd deden, wordt het onbetaalbaar én onvoldoende beschikbaar. Door meer samen te doen, eerder te helpen en te werken vanuit het dagelijks leven van inwoners, houden we ondersteuning beschikbaar voor wie het echt nodig heeft. En zorgen we ervoor dat iedereen kan blijven meedoen.

Samen vormen we het sociaal domein. Inwoners, vrijwilligers, maatschappelijke organisaties, verenigingen, ondernemers én de gemeente. Ieder met een eigen rol, kennis en verantwoordelijkheid. Soms laten we los. Soms faciliteren of stimuleren we. En waar het moet, nemen we als gemeente de regie. Altijd in verbinding met de praktijk.

Onze gezamenlijke koers draait om vier thema's die onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn: **meedoen, samenleven, gezondheid en opgroeien**. Het gaat over kunnen rondkomen, je ontwikkelen, je gezien en veilig voelen, gezond leven en kansrijk opgroeien. Niet als losse beleidstukken, maar als één geheel, omdat het leven ook zo werkt.

We willen dit niet vóór inwoners en partners bedenken, maar **samen** organiseren. Door te luisteren, te experimenteren en te leren. Niet alles hoeft meteen perfect. Deze visie is geen eindpunt, maar het begin van een meerjarig proces waarin we stap voor stap bouwen aan wat werkt. Samen zetten we de schouders onder een sociaal en veerkrachtig Midden-Drenthe. Met elkaar. Nu en in de toekomst.

Strategie en plan van aanpak

Hoe we dit gaan aanpakken

We gaan geen dure reclamecampagne starten met grote advertenties. In plaats daarvan laten we het verhaal stap voor stap groeien. Op een manier die echt past bij onze dorpen en inwoners.

- **Bekende gezichten vertellen het verhaal**

We vragen actieve mensen uit de buurt om ons te helpen. Denk aan mensen van de wijkteams, voorzitters van dorpsbelangen of bekende vrijwilligers. Als zij het verhaal vertellen tijdens een gesprek aan de keukentafel, komt dat veel beter aan dan een folder van de gemeente.

- **Het eerlijke verhaal over de zorg**

We vertellen heel duidelijk waarom dit nodig is. Het gaat erom dat we het samen doen. De zorg staat onder druk om verschillende redenen. We praten bewust niet over ingewikkelde wetten of kille bezuinigingen.

- **Verhalen van inwoners zelf**

We laten inwoners zelf aan het woord. Zij kunnen het beste vertellen hoe ze elkaar nu al helpen in het dagelijks leven en waar ze tegenaan lopen. Dit doen we met gewone, herkenbare voorbeelden. Zonder overdreven gedoe, maar gewoon zoals het echt is.

Plan van aanpak: fasering en uitvoering

We hanteren een planning waarbij de intensiteit toeneemt naarmate we de participatiefase in het najaar naderen.

Fase 1: Voorbereiding (Juli/augustus)

Doel: De naam 'Visie Sociaal Domein' introduceren.

- **Een eigen gezicht (vormgeving):** We geven de visie een eigen, herkenbare stijl. Dit betekent een logo en vaste kleuren die we straks in alle folders, video's en brieven gebruiken.
- **De website (landingspagina):** We bouwen een duidelijke websitepagina voor de visie Sociaal Domein. Hier vinden inwoners straks alle informatie in makkelijke taal. Ook houden we ze hier op de hoogte van het proces.
- **Plannen en afspraken maken:** We zoeken uit bij welke bijeenkomsten we in het najaar kunnen aanschuiven. We plannen de eerste gesprekken alvast in en bereiden de grote bijeenkomsten voor.

Fase 2: De visie een gezicht geven (Augustus)

Doel: De visie menselijk en tastbaar maken via herkenbare verhalen.

- **Sleutelfiguren/ambassadeurs klaarstomen:** We geven bekende gezichten in de dorpen (zoals wijkteams en dorpsvoorzitters) eenduidige informatie over de visie. We geven hen een eigen rol. Zij kunnen inwoners enthousiasmeren om vanaf september met ons mee te denken. Omdat de inwoners hen al kennen, bereiken we zo veel meer mensen.
- **Online verhalen (social media):** We gaan de visie echt laten zien. Dit doen we niet met saaie, lange teksten, maar met foto's en video's van lokale initiatieven. We laten bijvoorbeeld zien wat een vrijwilliger of mantelzorger nu al doet. Onder de berichten zetten we de tekst: *"Dit is onze visie in de praktijk. Denk je met ons mee over de plannen voor de toekomst?"*
- **Offline uitingen (krant):** We maken een speciale bijlage in de lokale krant die helemaal over de nieuwe koers gaat. Hierin vertellen we ook alvast waar en wanneer de bijeenkomsten in het najaar zijn.

Fase 3: Echt in gesprek (September – December)

De participatie rust op twee gelijkwaardige pijlers: opzoeken (bezoek) en uitnodigen (ontvang).

Pijler 1: De bezoek-aanpak

We halen de visie uit het gemeentehuis en brengen deze naar de plekken waar inwoners al samenkomen:

- **Ouderen en kwetsbare inwoners:** We sluiten aan bij bestaande momenten en overleggen op plaatsen waar ouderen en kwetsbare inwoners al samenkomen. We nemen een 'praatplaat' (een grote, duidelijke tekening) mee. Dit is de perfecte starter voor een gesprek over omkijken naar elkaar en het vangnet van de gemeente.
- **Gezinnen en jongeren:** We sluiten aan bij op plekken waar gezinnen en jongeren al samenkomen. Dit zouden plekken kunnen zijn als scholen en de jeugdsos. Met interactieve stellingen vragen we hoe zij denken over gezond opgroeien.

- **Vrijwilligers en dorpsbelangen:** We praten mee tijdens de normale vergaderingen van de dorpen. De focus ligt hier op de vraag: hoe kan de gemeente goede ideeën uit het dorp beter ondersteunen?
- **Maatschappelijke partners:** We houden werksessies op locatie bij de belangrijkste organisaties. Samen kijken we wat er nodig is en waar we aan gaan werken.

Pijler 2: De ontvang-aanpak

We organiseren centrale bijeenkomsten in Smilde en Westerbork om iedere inwoner een formeel inspraakmoment te bieden.

- **Het interactieve plein:** Geen saaie presentatie waarbij inwoners alleen maar hoeven te luisteren. We maken er een soort markt van met verschillende tafels. Aan elke tafel praten we over een ander onderwerp.
- **Welkom door de wethouder:** De wethouder opent de avond. Zij legt kort uit waarom de zorg moet veranderen én deelt de belofte van de gemeente: er blijft altijd hulp voor wie dat echt nodig heeft.
- **Uw mening telt:** Inwoners kunnen deze avond direct hun reactie en ideeën achterlaten. Deze reacties zijn heel belangrijk. De gemeente gebruikt ze om de plannen definitief te maken voor de gemeenteraad.

Risicoanalyse en reputatiemanagement

Risico	Scenario	Beheersmaatregel
Abstractie-moeheid	Inwoners haken af omdat termen als 'transformatie' hen niets zeggen.	Gebruik uitsluitend de naam van de visie en werk puur met de concrete casussen.
Bezuinigings-frame	De visie wordt geframed als een kille bezuinigingsoperatie.	De wethouder benadrukt consistent de 'kwaliteit van leven' en het 'beschikbaar houden van zorg voor wie écht niet anders kan'.
Zomer-hiaat	De start van de communicatie verwatert door de zomervakantie.	Strikte fasering: juli-augustus is informeren en kennismaken; vanaf september start pas de actieve dialoog.
Capaciteitsdruk	De dorps-toer vraagt veel van de ambtelijke capaciteit.	Efficiënte inzet door communicatie nauw te verbinden met de lopende projecten. Dit voorkomt dubbel werk.

Direct behoefte aan actie	Inwoners hebben een initiatief of idee voor een initiatief dat perfect aansluit bij de visie, maar wij zijn daar als gemeente nog niet klaar voor (geen passende regeling o.i.d.). Inwoners worden afgeremd in hun enthousiasme.	Bespreekbaar maken in het team wat we wel met dergelijke initiatieven kunnen en willen doen, zonder direct mandaat vanuit de raad (richting en financiën) om daarop te schakelen.
----------------------------------	--	---

Randvoorwaarden en budgettaire onderbouwing

Randvoorwaarden voor succes

- **Redactieraad en sentiment:** Wekelijkse afstemming tussen communicatie en projectleiding om content en boodschappen (B1-niveau) aan te scherpen op basis van de actualiteit in de dorpen.
- **Capaciteitsborging:** De inzet van een communicatieadviseur en een junior essentieel om vertraging te voorkomen. Hier moeten uren voor vrij komen.
- **Zichtbaar bestuur:** De wethouder (Sociaal Domein) is fysiek aanwezig en aanspreekbaar tijdens de gehele dorps-toer om het bestuurlijk commitment en het 'eerlijke verhaal' persoonlijk uit te dragen.

Budgettaire onderbouwing

Hoewel het implementatieplan een basisbudget van **€ 5.000,-** noemt voor participatie en communicatie, vraagt de gekozen strategie om een investering van **€ 16.450,-**. Dit verschil wordt gerechtvaardigd door de noodzaak om het risico op 'abstractie-moeheid' en het

'bezuinigings-frame' effectief te managen in een tijd van financiële schaarste (ravijnjaren). De gekozen middelen zijn sober van aard, maar kwalitatief hoogwaardig genoeg om serieus genomen te worden door inwoners en partners.

Fase	Concreet middel/ activiteit	Eenheids-kosten en aantal	Indicatie	Toelichting
FASE 1: Vorbereiden	Ontwerp & Strategie			
Ontwerp & drukwerk	Vormgeving van communicatiemiddelen en drukwerk	1x projecttarief	€ 2.500,-	Essentieel voor eenduidigheid van de visie en toerusten van sleutelfiguren.
Online	Inrichting landingspagina	Intern / 1x video	€ 750,-	Toegankelijke uitleg op B1-niveau.
FASE 2: Een gezicht geven	Contentproductie			
Video	Productie 'Video-serie'	4 korte video's à € 600-900 (extern uitbesteed)	€ 3.000,-	

Advertising	Social ads (FB/Insta/LinkedIn)	Campagne-budget	€ 2.000,-	Targeten per dorp (Beilen, Smilde, Westerbork).
FASE 3: Het gesprek	Bezoek- & ontvang aanpak			
Events	Zaalhuur centrale bijeenkomsten	Avondtarief	€ 1.500,-	Nabijheid in dorpshuizen verhoogt de gunfactor.
Catering	Gastvrijheid (Koffie/thee/koek)	ca. 450 pers. x € 4-6	€ 2.700,-	'Naoberschaps- gevoel' en drempel verlaging.
Middelen	Inrichting interactief plein (werkmaterialen)	5 sets	€ 1.000,-	Nodig voor ophalen integrale feedback.
Promotie	Beachvlaggen (6x) & offline posters	1x pakket	€ 1.500,-	Zichtbaarheid tijdens de gehele dorps-toer.
OVERIG	Onvoorzien			

Risico	Buffer voor bijsturing/snelle acties	10-12%	€ 1.500,-	Nodig vanwege 'nieuw proces' en mogelijke bijsturing.
TOTAAL			€ 16.450,-	